aprender a

L

emprender

Aprender a Emprender

- Guía Rápida -

A mis padres, mi mujer y mi hija.

“Si buscas resultados distintos,

no hagas siempre lo mismo”

Albert Einstein

ÍNDICE

PRÓLOGO

Por Jose Tortosa

Cuando me propuso Rafa que le escribiera el prólogo, acepté encantado.

Llevo un tiempo twitteando con Rafa Bordes, pero lo conocí en persona cuando organicé un evento coordinado con Valencia&Business, en el cual asistió, es un placer conocer a gente que se ofrece a todo lo que le propongas.

Un amigo merece cualquier riesgo de nuestra parte (Edward Young).

Los secretos para triunfar en un negocio no son ningún secreto, solo algunos llegan al éxito, para ello han planificado una serie de puntos que en este ebook, mi amigo Rafa Bordes consigue sintetizar muy bien.

Entre otras cosas he sido profesor en el Master de Estrategias de Empresas de la Universidad de Valencia, y en ella he encontrado a muchos alumnos con grandes ideas y retos en la mente, a los cuales les faltaba un empujón para que se animaran a realizar el proyecto, pero también conozco a gente que sin tener casi nada en mente, monta un negocio y llegará a triunfar mucho más, simplemente por el mero hecho de "lanzarse al ruedo". Siguiendo las pautas de este ebook espero que Rafa os ayude a obtener el éxito.

Son verdades que a veces se pasan por alto y son efectivas.

Si este libro te gusta o te parece útil espero que lo difundas a tus amigos y conocidos, tal y como lo haré yo.

Recordar "Somos el pasado del mañana".

Jose Tortosa

www.about.me/josetortosa

INTRODUCCIÓN

Desde que el 29 de Octubre de 2012 mi mujer diera a luz a una belleza de niña que vino al mundo con un peso más que aceptable y con una salud fuerte y vigorosa, todo el mundo me recordaba que sólo me quedaba pendiente una cosa: escribir un libro.

Siempre he querido escribir un libro, he sentido envidia sana de todos aquellos que son capaces de plasmar sus ideas en palabras escritas conexas y entendibles por cualquier mortal interesado en la temática de la historia, pero nunca he conseguido terminar el primer capítulo.

Este ebook pretende ser el que me desvirgue en este campo y ojalá no sea el último. No me considero experto en nada, pues la palabra experto tiene una connotación

demasiado grande en mi subconsciente, pero me considero especialista en algunos campos en los que he dedicado muchas jornadas (normalmente intempestivas) para aprender, mejorar y seguir aprendiendo.

Soy una persona autodidacta y he podido aprender todo lo que sé de algunos campos sólo con la ayuda de la cosa que mueve el mundo y hace que la Humanidad avance hacia un lugar mejor y más agradable: la curiosidad.

Gracias a esta curiosidad he podido especializarme en algunos campos que me han suscitado interés y en los que sigo aprendiendo y mejorando cada día. Entre estos campos me gusta destacar mis devociones principales: el marketing, el diseño web, la comunicación y los negocios.

Pero vamos al tema que nos trae aquí. A continuación voy a exponerte

algunos de los puntos más interesantes e importantes que cualquier emprendedor debería tener en cuenta. Estos puntos son ampliables y no descarto hacerlo en ediciones futuras, pero suponen una guía rápida de fácil consulta para ti que quieres emprender un nuevo proyecto o que ya lo has hecho pero deseas conocer lo relevante. Mi opinión no es la verdad absoluta, SÓLO ES MI OPINIÓN.

Como amante del diálogo me encantan los debates y quedo a tu disposición para hablar de cualquiera de los puntos en los que puedas no estar de acuerdo. Así que te animo a seguirme en las diferentes redes sociales donde podremos hablar en línea. Puedes ver las redes en las que participo desde mi página web: www.Bordes.org

CAPITULO 1

CONSEJOS PREVIOS

Empezar un nuevo proyecto es algo que muchos hemos tenido en mente más de una vez a lo largo de nuestra carrera y que no todos han llegado a conseguir por unas u otras razones.

A continuación me tomo la licencia de darte unos sencillos consejos previos a que te pongas de lleno a desarrollar tu proyecto.

1. **Valora tu experiencia**. Muchos son los que emprenden proyectos que son totalmente nuevos para ellos y de los que deben aprenderlo absolutamente todo o contratar a alguien que realice el trabajo por ellos. Tú no debes caer en

ese error. Intenta ser tú el experto en la materia y que, aunque puedas necesitar ayuda de algún profesional en momentos puntuales, no dependas de nadie más que de ti y tus conocimientos.

2. **Valora tus recursos**. El hecho de emprender un proyecto debe depender en gran medida de la posibilidad de poder disponer de los recursos necesarios, porque no es lo mismo emprender una tienda de informática que una agencia de publicidad o un bar. Cada cosa requiere unos recursos y es importante que esto lo tengas en cuenta para poder empezar a tomar decisiones.

3. **Valora las tendencias**. Montar un cibercafé ha sido durante años un buen negocio, pero desde que todos tenemos internet en casa, en los móviles,

las tabletas… pues ya no lo es. Debes entrar a valorar las tendencias del mercado y no quedarte únicamente con tu idea o primera impresión del proyecto. De esta forma evitarás muchos problemas.

4. **Valora la propuesta de valor de tu proyecto**. Emprender algo nuevo siempre es complicado, pero si eres capaz de aportar soluciones a tus clientes potenciales éstos sabrán verlo y te recompensarán comprando tus productos o servicios. Si no vas a dar nada nuevo sobre la competencia igual te estas equivocando.

5. **Valora tus prioridades**. Emprender como hobby no es solución para nada y seguro que te supone más problemas que otra cosa. Antes de lanzarte debes tenerlo claro y haberlo

analizado tranquilamente. Es la única forma que puedas empezar bien.

CAPITULO 2

LA IDEA

La idea es aquello a lo que la mayoría de no-emprendedores le dan más importancia de la que realmente tiene.

La idea es importante, pero relativamente. Muchas veces tenemos ideas cuando estamos en un ambiente distendido con amigos y familiares y se dice "alguien tendría que montarlo". Pues el más osado y que tenga mayor decisión será el que se lleve el negocio.

La decisión ante una buena idea es algo que marca la diferencia y te puede animar a lanzarte, pero como ya he dicho la idea no lo es todo. La idea es la excusa porque el trabajo

que realices justo después de tener la idea para que ésta se convierta en proyecto es lo que realmente marcará la diferencia entre el éxito y el fracaso.

Pensarás que estoy loco y no sé lo que digo, pero te pongo dos ejemplos claros en los que la idea no era brillante, pero el resultado final sí lo fue:

1. **La idea**: poner un palo a un caramelo. Es una idea tan básica que parece estúpida, pero ha permitido que la empresa de origen español se haya convertido en un ejemplo a seguir.

2. **La idea**: prestar 30 dólares. Este acto lo realizó en la década de los 70 el señor Muhammad Yunus a unos tejedores de cestas de la India. Este pequeño préstamo supuso un cambio en la vida de los tejedores que

consiguieron salir de la pobreza además de devolver el préstamo. Aquí se gestó la idea de los microcréditos.

Las ideas parecen absurdas e irrelevantes y, de hecho, lo son. Lo que hizo que estas ideas tan simples triunfaran fue todo lo que vino después.

Para que tu idea se convierta en la idea de éxito que todos deseamos poder disfrutar algún día debes planificar bien tus pasos a partir de este momento, pues como ya he comentado **LA IDEA NO IMPORTA**.

Si el concepto no te ha quedado claro te recomiendo que NO sigas leyendo, pues nada tendrá sentido para ti. De lo contrario, bienvenido.

CAPITULO 3

DE IDEA A NEGOCIO

Como ya has podido ver con el ejemplo de Chupa Chups cualquier idea tiene potencial si se sabe desarrollar adecuadamente y por eso muchas veces vemos negocios "estúpidos" que triunfan.

Transformar una idea en negocio es una tarea complicada, pero nada es imposible y a continuación te voy a dar algunas pistas sobre cómo puedes afrontarlo.

1. **Analiza las necesidades del mercado** y asegúrate que tu idea cubre alguna de éstas porque de esta forma estarás garantizado la utilidad de la

misma y ampliando las opciones de éxito.

2. **Comunica tu idea**. Las nuevas tecnologías te permiten disponer de un blog en cuestión de minutos gracias a plataformas como Wordpress.com o Blogger.com donde podrás empezar a comentar tu idea y los avances que vayas realizando para poder medir la percepción que tus futuros clientes puedan captar. Esto es importante.

3. Empieza a **crear una identidad** en la red con una presencia notable en el sector al que te vayas a dedicar. Empieza a ser un experto en dicho sector para los demás.

4. Crea tu **modelo de negocio**. Existen múltiples documentos que te permiten plasmar los

conceptos y tener una visión más gráfica de cada punto.

5. **Define tus clientes**. Cualquier cliente no vale y debes tener claro quién puede ser el consumidor de tus productos. Esto te permitirá aunar esfuerzos en un mismo sentido maximizando las opciones de éxito.

6. **Define** cómo vas a tener **tus ingresos**. Es, posiblemente, la parte más importante y la que puede hacer que tu idea llegue a ser un buen negocio.

7. **Define los gastos** fijos y variables. Cuan mejor hagas este análisis mejores previsiones podrás realizar y más realista será todo. Al final, el beneficiado serás tú y tu proyecto.

8. **Testea, mide y testea de nuevo**. Una idea debe tener una fase de pre-test que te permita ver las reacciones reales de los consumidores potenciales. Esto te ayudará a corregir defectos a tiempo para que no afecte al desarrollo del proyecto.

CAPITULO 4

SOCIOS SÍ, SOCIOS NO

Ya tienes claro que la idea no es lo más importante por lo que vamos a adentrarnos en otros factores que deberás tener en cuenta para el porvenir de tu proyecto que estás a punto de empezar.

Suele ser habitual la creencia de que contar con un socio facilitará el complicado trabajo de “puesta a punto” ya que de esa forma se puede repartir el trabajo y los costes de lanzamiento avanzando más rápido y con mayor seguridad. Otra falsedad.

El socio, salvo en casos muy concretos, no suele ser necesario y puede suponer más problemas que soluciones al ralentizar la toma de

decisiones, así como poder presentar discrepancias y puntos de vista que pueden suponer graves problemas a medio-largo plazo. Salvo que se trate de un socio capitalista, ya que para emprender necesitarás un apoyo económico propio o ajeno para hacer frente a los primeros meses, o bien buscar una fuente de financiación de entre las disponibles actualmente.

Entonces… ¿qué debes hacer cuando necesites de alguien para arrancar con tu nuevo proyecto? La respuesta es muy sencilla: **CONTRATAR**.

El contrato no debe ser laboral porque ese es otro punto a tener en cuenta. Es preferible el contrato mercantil con un profesional freelance que pueda ayudarnos en lo que necesitemos. Por ejemplo: ¿necesitas una web y presencia en las redes sociales?, pues contrata a un diseñador y un community manager que te ofrece las garantías

del know-how con las ventajas del contrato mercantil.

Muchos son los que prefieren contar con alguien capaz de realizar una tarea, aunque no sea 100% profesional, a afrontar el coste de un profesional pero si el proyecto se termina convirtiendo en negocio ¿no puede ser más caro el haberse asociado que haber contratado al profesional de forma puntal? Pues sí, suele ser más caro.

La libertad de emprender por tu cuenta tiene un precio y es que todo recae sobre la misma persona, sobre ti. Pero ese precio puede verse recompensado al ser tu quien dirige el rumbo del barco hacia donde crees o te gusta. Y eso tiene mucho valor.

CAPITULO 5

ESTUDIO DE MERCADO

Cualquier proyecto requiere el estudio del mercado al que va dirigido nuestro producto o servicio. Lógicamente dicho estudio de mercado será en función de dicho servicio o producto, pues no es lo mismo la venta de productos industriales a nivel internacional que la venta de servicios de carácter local.

Se tienes la idea de que realizar un estudio de mercado supone un sobrecoste importante que sólo las grandes corporaciones pueden acometer, pero nada más lejos de la realidad. Hacer tu propio estudio de

mercado puede costarte 25€ si lo deseas.

Para proyectos territoriales (locales o comarcales) puedes aprovechar la gran difusión que Facebook ofrece a cualquier usuario para testear el mercado potencial en busca de respuestas. En este caso plantear una simple pregunta no suele ser suficiente y debes buscar el aliciente para que la gente decida colaborar.

¿Pero cómo puedes buscar ese aliciente?, pues realizar un sorteo interesante para ese ámbito territorial suele ser más que suficiente. El sorteo no tiene porqué ser precisamente de alguno de tus productos o servicios (pues aún no lo tienes). Mi consejo: busca una empresa con repercusión en la zona y negocia con ellos la posibilidad de que ellos entreguen el premio que tú ofreces y que publiquen y difundan tu cuestionario. En este trato ambos ganáis.

Para proyectos de mayor alcance se puede usar una de las herramientas más interesantes que Google, el gigante norteamericano, pone a nuestra disposición para ver la buena o mala acogida del servicio o producto: AdWords.

AdWords es la herramienta que Google pone a nuestra disposición para anunciar nuestros productos o servicios en toda su red. El coste de publicitar (o testear) con ciertas garantías nuestro proyecto puede no superar los 100€. De acuerdo, te había dicho que con apenas 25€ podrías realizar tu particular estudio de mercado y para saldar la diferencia te ofrezco uno de los cupones que AdWords nos ofrece para los clientes de **Creaidea**, así que sólo tienes que contactarme y te mando tu cupón.

¿Necesitas un profesional que te gestione la campaña de AdWords? Pues contacta con **Creaidea** y te lo

hacemos todo por un más que módico precio.

CAPITULO 6

VÉNDETE

Muchos somos los que **NO** nos gusta ser comerciales porque es un trabajo complicado y poco gratificante en la mayoría de las ocasiones, pero debes cambiar el chip.

Nadie sabe comunicar mejor que tú las bondades y ventajas que tu proyecto puede suponer, así que no busques alguien capaz de venderlo mejor que tú. No existe esa persona.

Son muchas las ventajas que supone ser tu propio comercial ya que así podrás saber en qué gusta o no tu proyecto a los clientes potenciales. En cualquier caso te servirá para mejorar la estrategia comercial y el producto o servicio.

Además de ser el encargado de vender tu proyecto debes ser el encargado de negociar con los proveedores. De esta forma tendrás el control total de la situación y sabrás las dificultades que te puede suponer.

En la tarea de comercial deberás hacer algo más que visitar clientes con tu carpeta con las hojas explicativas para intentar convencerlos y aquí es donde empieza la estrategia de comercialización.

Entre las tareas más recomendables para los tiempos actuales te aconsejo realizar algunos (o todos) de los siguientes puntos:

1. **Acudir a eventos, cursos y actividades**. Esto te puede servir para dar a conocer tus productos y te puede servir para encontrar profesionales con los que colaborar.

2. **Presencia en las Redes Sociales**. No hablamos de tener un perfil en cada una de las redes sociales, si no de gestarte una reputación en el mayor número de redes posibles… suelen ir unidas. La reputación personal hará que la reputación profesional se vea beneficiada y esto favorecerá en gran parte el porvenir del proyecto.

3. **Especialización**. Las redes sociales te ayudan en este sentido, pero además puede ser interesante crear un blog donde tratar temas relacionados y convertirte en un punto de referencia para los interesados en la temática que posteriormente podrán ser clientes de tu emprendimiento.

Estos son sólo 3 consejos, pero pueden servirte de mucho si empiezas cuanto antes, ya que el

recorrido será mayor y aumentarán las opciones de éxito.

CAPITULO 7

LÁNZATE

Cuando estamos seguros de haber realizado los pasos anteriores viene el momento del lanzamiento, de la decisión y de empezar a realizar ese camino que no tiene vuelta atrás. Ahora empieza lo “divertido” de verdad.

Debes lanzarte para cumplir el sueño de tener tu propio proyecto en marcha y lo primero es tener claro cómo lo vas a hacer.

Lo más sencillo es darte de alta como autónomo (freelance) y empezar a operar, pero existen alternativas a tener en cuenta por las ventajas que pueden suponer, especialmente la alternativa en España de crear una Sociedad en unas 24 horas para operar como persona jurídica y no

como persona física. ¿El coste? Poco más de 100€.

TU SOCIEDAD EN 24 HORAS – Pasos a seguir

1. Piensa en 3 nombres para tu sociedad limitada.
2. Contacta con una notaría que te permita montar una empresa según el RD 13/2010. Deberían ser todas, pero algunas siguen siendo reticentes.
3. Abre una cuenta corriente en una entidad financiera e ingresa 3.000€ (la alternativa es tener facturas de inmovilizado para llegar a esa cantidad).
4. Acude a la notaría con el certificado de la cuenta corriente para firmar los estatutos que van de serie y

suelen servir para la gran mayoría de actividades.

5. La notaría enviará los estatutos telemáticamente al Registro Mercantil y solicitará a la Agencia Tributaria un CIF provisional que te permitirá operar como persona jurídica.

6. Paga la factura de 100€ más IVA menos retenciones y el importe de la tramitación y ya lo tienes todo listo.

Cabe decir que dependiendo de la notaría puede demorarse algo más de 24 horas, pero no mucho más. Lo importante de esta cuestión es que puedes crear tu sociedad en poco tiempo y, sobre todo, a un coste muy bajo.

Las ventajas de operar como sociedad son varias respecto a operar como autónomo o persona física, pero destacaremos una que para mi

juicio es la más importante y la que hace que siempre me decante por esta opción: la sociedad sólo responde de con los bienes de la misma, en cambio la persona física responde con sus bienes presentes y futuros… con lo que eso puede suponer para tu familia.

Cuando todo esto ya está listo debemos empezar (o es conveniente) el segundo estudio de mercado. En esta ocasión lo haremos con producto acabado y con clientes finales. Esta primera toma de contacto te permitirá descubrir carencias o virtudes que puede que no hayas conocido antes, por lo que es algo realmente importante aunque el producto no esté terminado al 100%. Es preferible testear un producto semi-acabado que retrasar la salida del mismo.

También deberás acordarte del señor Vilfredo Pareto. Un francés del siglo XIX que fue sociólogo, economista y

filósofo y fue el artífice del concepto de ”eficiencia de Pareto” que tanto te puede servir a partir de este momento.

En resumen el **Principio de Pareto** dice que quien mucho abarca poco aprieta (interpretación muy personal, pero que resulta más fácil de recordar que la regla del 80-20). La regla del 80-20 dice que en una sociedad el 20% de la población posee el 80% de un “algo” y que el 80% de esa misma sociedad posee el 20% del mismo “algo”. En definitiva es lo que te he comentado: “*quien mucho abarca poco aprieta*”.

Esta frase yo la tengo muy presente para evitar errores pasados en los que he emprendido varios proyectos a la vez y luego me ha faltado tiempo o posibilidad de centrarme en uno para poder llevarlo adelante con garantías. Te aconsejo lo mismo, pues querer tener un holding empresarial es algo muy loable, pero

debemos ser sinceros con nosotros mismos y saber que las cosas rara vez se consiguen por la vía rápida, ¿verdad?

Con todo esto claro lo último que nos queda es **automatizar** en la medida de lo posible todos **los procesos**. Esto también es importante porque en el caso de que nuestro proyecto tenga éxito la labor de gestión y producción será mucho más sencilla y eficiente.

Debemos automatizar todos los procesos, no sólo los administrativos que por defecto ya van automatizados. Entre los procesos que debemos automatizar hay que destacar:

- **Procesos de producción**. Suelen estar automatizados, pero en caso contrario debemos automatizarlos nosotros.

- **Procesos de comercialización**. Todos los clientes no son igual, pero el proceso de venta puede seguir unas pautas generales.
- **Procesos de gestión de cobros**. Esto es muy importante para que el negocio siga adelante. Aquí no debe haber amigos ni familiares.

CAPITULO 8

MEJORA CONSTANTE

Ahora ya tienes tu proyecto en marcha y empezando a dar los primeros coletazos y es justo ahora cuando empieza lo duro. A partir de ahora te desvivirás en cuerpo y alma por tu proyecto, le dedicarás horas y horas y buscarás mejorar. O eso debes.

Si el proyecto flaquea en algún momento seguro que buscarás mejorar para evitar el fracaso del mismo, pero si tienes la fortuna de que funciona y es rentable no debes olvidar este punto tan importante: **mejorar constantemente**.

Algunos son los proyectos de éxito que terminan ahogados de ese

mismo éxito debido a que el emprendedor de turno NO TIENE EN CUENTA MEJORAR CONSTANTEMENTE, algo realmente importante. Cuando las cosas van bien es más difícil tener esto en cuenta, pero si eres capaz de tenerlo presente evitarás muchos problemas futuros, porque en muchas ocasiones, cuando las cosas no van tan bien, es demasiado tarde para tomar medidas y buscar soluciones. Como siempre se ha dicho "*es mejor prevenir que curar*".

CAPITULO 9

PROMOCIÓNATE

La promoción es algo importante al inicio del proyecto porque necesitamos darnos a conocer y que los clientes potenciales se fijen en nosotros para que nos tengan en cuenta en su toma de decisiones y, de hecho, muchos son los emprendedores que finalizada esta etapa inicial prefieren centrar los esfuerzos en “otras cosas”, pero ¿acaso has visto que Coca-Cola, McDonalds o Ford hayan dejado de promocionarse por haber superado esa fase inicial?

Promocionar tu proyecto para que se convierta en negocio es una cosa, pero luego debes plantearte estrategias para promocionar tu negocio con la finalidad que creas

que te interesa más (mejorar la imagen de marca, fidelizar clientes, captar nuevos clientes, aumentar mercados, etc.). Sea cual sea la razón siempre debes encontrar al menos una para seguir promocionándote.

¿Dónde debes promocionarte? La respuesta a esta pregunta dependerá en gran medida del sector al que te dediques, pero hoy en día y cada vez más es importante tener presencia en la red, tanto en buscadores como en las redes sociales donde las opiniones de unos pocos pueden modificar la voluntad de una mayoría como ya pasó con la crisis de la cadena de televisión Telecinco con su programa La Noria y algunos tuiteros que se rebelaron causando la pérdida de anunciantes de forma fulminante.

Es importante destacar que promocionarte no implica necesariamente hacer publicidad y ya está. Muchas veces un buen servicio post-venta es la mejor promoción que

podamos hacer de nuestro negocio, pues todo se habla y todo se sabe y si sabemos estar a la altura en cada momento nuestros clientes provocarán que crezcamos hablando bien de nosotros en sus círculos de contactos, amigos o familiares.

CAPITULO 10

ERRORES COMUNES

Son muchos los errores comunes que considero que es mejor tener presente para poder evitarlos. Algunos ya los he comentado en los capítulos anteriores, pero a continuación, a modo de resumen, te presento un pequeño listado para identificarlos más fácilmente:

1. El producto no se vende sólo.
2. Sólo tú puedes vender el producto como merece porque eres quien conoce todas las bondades
3. La competencia existe y debes tenerla en cuenta.

4. Define los clientes que deseas tener. Cualquiera que deje su dinero no vale. Debe ser rentable.

5. Define tus precios de forma justa y clara. Éstos no son negociables porque esto implicaría que no eres honesto.

6. Dirige tu negocio personalmente. Puedes tener subordinados, pero no dejes las decisiones importantes en manos de una tercera persona. Recuerda que es tu negocio.

7. Antes de empezar estudia la inversión mínima necesaria y el retorno de la misma. Debes tener la liquidez mínima para que todo fluya adecuadamente.

8. Tus proveedores también son negociables. No te doblegues ante nadie y busca las mejores condiciones para ti. Aunque en

ocasiones no será posible debes intentarlo.

9. No cobrar a tiempo es perder dinero. Debes tener claros los plazos de cobro y éstos se deben cumplir siempre. Si puedes cobrar por avanzado mucho mejor porque te financiarán tus propios clientes, pero no es siempre posible.

10. Jamás creas que ya lo sabes todo o lo controlas todo. Las cosas cambian y tú debes cambiar al mismo tiempo. La adaptación constante es importante.

LA GUÍA ÚTIL PARA APRENDER A EMPRENDER

En esta guía podrás encontrar el compañero perfecto para emprender una nueva aventura en tu vida.

"Aprender a emprender" es un libro donde podrás encontrar los pasos a seguir para tu primer emprendimiento o los pasos que hayas olvidado durante el mismo.

Dirigido a emprendedores noveles y expertos que desean tener una guía útil y sencilla para el día a día.

De fácil y rápida lectura. Seguro que lo recomiendas a tus contactos.



RAFA BORDES

Técnico en comercio internacional, amante del marketing y la comunicación y un apasionado del diseño web y las redes sociales.

Web: www.bordes.org
Twiter: @rbordes